



DOI: 10.21005/pif.2018.34.C-02

**ENCHANTED HORSE CARRIAGE, ENCHANTED CABMAN,
ENCHANTED HORSE – HERITAGE AND IDENTITY IN URBAN
DEVELOPMENT MODELS, SELECTED ASPECTS AND EXAMPLES**

**ZACZAROWANA DOROŻKA, ZACZAROWANY DOROŻKARZ,
ZACZAROWANY KOŃ – DZIEDZICTWO I TOŻSAMOŚĆ W MODELACH
ROZWOJU MIAST, WYBRANE ASPEKTY I PRZYKŁADY**

Maria Dankowska
dr inż. arch.

Instytut Architektury i Urbanistyki, Politechnika Łódzka oraz Miejska Pracownia Urbanistyczna w Łodzi

Katarzyna Zaborska
dr inż. arch.

Polski Instytut Ericksonowski w Łodzi

ABSTRACT

The spirit of the place, the caring spirit, the genius loci, the driving force, is the search for the essence of the place, the reason why the city, the town was founded and continues for the next years. But this is also a question about the future. What should a place look like and function now and in the future? What could be the role of the heritage of previous generations in the current development processes?

Key words: cultural heritage, cultural landscape, identity, urban development planning

STRESZCZENIE

Duch miejsca, duch opiekuńczy, genius loci, duch sprawczy, to poszukiwanie istoty miejsca, powodu dla którego miasto, miasteczko powstało i trwa przez kolejne lata. Ale to także pytanie o przyszłość. Jak powinno wyglądać i funkcjonować miejsce obecnie i w przyszłości? Jaka może być rola dziedzictwa poprzednich pokoleń w aktualnych procesach rozwojowych?

Słowa kluczowe: dziedzictwo kulturowe, krajobraz kulturowy, planowanie rozwoju miast, tożsamość

Enchanted horse carriage K.I. Gałczyński

We stopped near the house "Under the Negroes"

(eh, I would give a lot for this house)

and suddenly: look: as was the telegram:

in front of you, you think, Sukiennice:

ENCHANTED CABIN

ENCHANTED CONVERSION

ENCHANTED HORSE.

From the St. Mary's Tower, the light of a vacuum.

And horse, imagine

he had real ears. [5]

1. INTRODUCTION

The article is an attempt to find an answer to the question about the scope of inclusion of cultural heritage issues in creating a development strategy for large Polish cities. What is the role of cultural heritage in the development processes of cities¹. Due to the complexity and multi-threading nature of the problem, the article is of contributory nature, focusing on selected aspects and issues².

Three issues were analysed and summarized in the article:

- managing cultural heritage of cities expressed in the arrangements of strategic documents
- the significance of the local identity as a factor determining the development of the place
- commercialization and appropriation of cultural heritage through economic activities, primarily tourism.

The cultural landscape with its characteristic monuments, but also other manifestations of culture and history are the foundation of the identity of local communities but also supra-local ones. Identity and a sense of belonging, rooting or anchoring make us proud of the place we live in, that we want to care for. But at the same time show off to others. The proverbial "enchanted horse carriage" is the magnet that attracts interested parties to the place and becomes a local driving spirit. The carriage, together with the cabman and horse, becomes a symbol of the old cultural landscape, customs of past generations and their everyday life. Nowadays, it is becoming one of tourism products, factors of economic development. Similarly, the entire historic urban landscape can be included in the city's strategic programs as a testimony to history but also a determinant of multi-faceted development.

Tourism (in the current age of globalization often undertaken on a massive scale), numerous adaptations and transformations of the historic resource (along with their adaptation to the requirements of modern users), lead on the one hand to growing interest and understanding of the heritage, on the other hand to its excessive exploitation and loss of authenticity. Is it possible to achieve balance between two opposing processes 1) protection of the historic city districts 2) using the cultural heritage to the contemporary development needs of cities? Is a compromise possible between conservator's protection and the development and change policy?

Methodology

On the example of three large Polish cities³: Cracow, Lodz and Wroclaw and selected strategic documents defining their development in the perspective of the coming years,

¹ Strategic programs are general guidelines for other program arrangements, including direct impact on urban policy expressed in municipal documents. They are documents superior to sectoral urban policy, bonding programs such as tourism development policy, spatial development policy, housing development, protection and protection program for monuments, transport policy and others. Therefore, their analysis allows to selectively evaluate the declaration and tendencies of urban development, including in the field of cultural heritage.

² The analysis of heritage protection programs was deliberately omitted, due to their limitation to protection issues and to selected objects - monuments.

³ The cities with the largest population were selected, i.e. those whose population in December 2017 was over 600,000. and at the same time a similar city area, i.e. about 30,000 ha). (based on Central Statistical Office

the degree of inclusion of cultural heritage in planning the city's development was analysed. Warsaw has been deliberately omitted as a much larger city, where all processes are much more complex and are much more dynamic, in which residents are characterized by high mobility⁴.

The research was aimed at attempting to confront strategic urban documents, comparing guidelines, visions and goals defined in them (relating to the cultural heritage) with a preliminary analysis of the processes taking place in cities. For this purpose, field observations have been used, as well as conversations and interviews with residents and users of three selected urban centres.

To assess phenomena and processes, the results of research in the field of psychology theory, urban planning and tourism have been used, available in numerous industry publications, some of them referred to in the article. In addition, reference is also made to selected aspects of universally binding law.

2. CULTURAL LANDSCAPE - AREA OF INTERACTIONS

The cultural landscape is, according to the statutory definition, *a space perceived by people, containing natural elements and products of civilization, historically shaped as a result of natural factors and human activity* [20, art. 3 point 14]. The space that surrounds us is, to a large extent, the cultural landscape, which also contains many sentimental elements, and thus is the carrier of our memories, both individual and collective. It is also the space of our everyday life and activity, through which we accustom the city, the place where we are. In turn, our activities result in the need to transform and adapt the landscape to the current, needs of today's living generations. So in this process, we imprint our mark on our environment. Inheriting the existing values, we simultaneously shape new ones, which will be inherited by next generations, our children and grandchildren. It is a big challenge, but also a responsibility for space, its image, condition, authenticity and many other features.

2.1. Heritage of culture

Each city, regardless of the time of its creation, has a stock of objects and historical spaces. This legacy of past generations is often classified, often entered into conservation registers (monuments in the register or records). Therefore, apart from fixed landscape, urban, architectural and other artefacts, passing generations also give us their decisions and guidelines regarding the selection of the most valuable objects, i.e. worth preserving⁵. Meanwhile, in the theory of succession⁶, heirs are usually given the right to accept or reject the legacy. This is the more important aspect that the historical legacy often becomes a limiting factor or even completely preventing taking action in significant historical areas of cities. The factor of acceptance of the legacy also becomes important from the point of view of taking responsibility for the leftovers of the past. Professor Andrzej Tomaszewski paid particular attention to this aspects and in his statements, he distinguished cultural goods from cultural heritage: *cultural goods are the entire historical and artistic legacy that previous generations left behind in a given area. Cultural heritage is, however, a matter of choice, acceptance of responsibility* [18, p. 284].

2.2. Opposites attracts, globalization and identity

Reflections on the search for the essence of the place bring together specialists in the fields of philosophy, geography, urban planning, architecture, sociology and psy-

data, Population. [23] A significant group of Warsaw residents may be referred to as the "metropolitan class" characterizing weak local ties and non-attachment to a specific place of residence [7, p. 118]

⁴ A significant group of Warsaw residents may be referred to as the "metropolitan class" characterizing weak local ties and non-attachment to a specific place of residence [7, p. 118]

⁵ Gregory Asworth presented this view a bit more widely [2, pp. 31-39]

⁶ This is also in line with the existing legislation in this area.

chology. The issues of people's attitude to the place, identification with the place, searching for roots, anchoring in history and shaping the identity seem to be particularly valid in the era of globalization and commercialization of social life.

The more the period in which we live is filled with rapid social changes, the more likely we will have trouble maintaining a coherent sense of identity, in the face of unpredictability of the environment and lack of clear guidelines on how to live in unknown contexts in which we found ourselves [22, p. 30].

In the contemporary world, two tendencies collide: 1) globalization combined with unification, 2) searching for identity and identification. These two opposing forces are only seemingly mutually exclusive as they can be used to strengthen the local community potentials. *Globalization is, among other things, a tendency towards more diverse contacts, changes and mobility. Getting to know more and more people, moving between different countries and continents, functioning in many cultures, resulting in the impression of fluidity and changeability* [16, p. 386]. Modernity perceived as multithreaded and uncertain becomes difficult to bear, which is meticulously described by Milan Kundera in the title of one of his books *The Unbearable Lightness of Existence* [9].

Lightness associated with change, displacement, lack of location and stability can be opposed to the longing for establishing and stability. Turning towards identity and the need to "fix" in history that is awakening in the society is called by Bohdan Jałowiecki a longing for identity that is manifested now especially in the era of globalization. Similarly, Maue Castells, states that *two opposing forces fight to transform our world and our lives: globalization and the search for identity.* [7, p.115].

2.3. Space and place

The interest in the place is increasing. Maria Lewicka reviewing electronic literature based on slogans such as: place attachment; place identity, sense of place found about 400 articles on the above issues published in the last 40 years, most of which, over 60%, were published in 2000-2010 [10, p. 20]. Lewicka therefore put forward a thesis that nowadays we are dealing not with a fall but with the revival of the concept of a place. *More and more often destructive phenomena of this century entail, as a reaction to them, increased sensitivity to the place. (...) It's not just a matter of nostalgia. This joint experience arouses an active desire for the uniqueness of the place - what is really "local" or "regional". The place contains all the elements that has eliminated uniformity: identity, character, nuance, history* [10, p. 22]

From a psychological point of view, we begin to see the place as our own when we give it meaning. Tuan [19] points to the active role of man in changing the character of space, emphasizing the importance of conscious choice of what is important to us and what we want to remember from the environment around us. For proper functioning we need the dichotomy of these two factors: "space" that gives challenges and "places" that provides stability and a sense of embedding.

2.4. Place mapping

Moving the above considerations into the ground of architecture, one can recall the way of perceiving the city space through the prism of personal experience, creating emotional and semantic connotations with selected areas. The situation of "familiarizing with space" is nothing more than building citizens' identities in relation to a given place. *The city does not become historical by the mere fact of occupying the same place for many years. Past events do not imprint stigma on the present if they are not commemorated in historical books, monuments, parades and serious or joyous ceremonies, recognized as part of the present tradition. The old city has in its history rich resources of facts that feed the next generations of residents, supporting and recreating their image of the place.*

Prideful citizens of the city can tactfully and gracefully strive to raise their prestige [19, p.218].

Identity is the fruit of will – not something given by nature or history [7, p. 111]. The identity of the city is defined by people creating local communities, it can be said that the cultural landscape of the city consists of two factors: 1) people, enthusiasts of the given area, and 2) magical places, that is, those that form spatial symbols. It is symbols, icons and monuments that create connotations of meaning in space create places.

3. DEVELOPMENT STRATEGIES FOR LARGE POLISH CITIES

The analysis of documents of the strategic three major Polish cities allows to notice that in each of the discussed cases the current strategy has replaced the previously binding one⁷. However, only in the case of Wrocław earlier documents were noted, positively referring to them and declaring the will to continue the vision of the city as they expressed. However, none of the analyzed cases contained a written summary or the level of implementation of previous documents. Synthetic information on this subject would allow to assess the continuity or lack of continuity of urban policy. It would also be a valuable piece of information about changes in the way cities are managed, including their cultural heritage.

A difficult, but a very necessary element of the analyzed documents is the introduction of rules of the assessment of the scope of the realization of arrangements of the strategy. The documents of Cracow and Wrocław include measures to evaluate the implementation of tasks in the field of monument protection and the use of cultural heritage in the development of the city. The programs define the rules for their implementation, monitoring and updating, however (for various reasons) it is difficult to assess whether these principles have actually been implemented. This is also due to the fact that it is difficult to state unequivocally whether the investment activities carried out, conservation works, architectural and conservation studies, etc. took place as a result of the implementation of program arrangements or were an independent construction or spatial investment.

Thus, there is a key thesis about the separation of the implementation activities and the intentional strategic programs of large Polish cities in the area of cultural heritage use. An example may be the symbolic, title "enchanted horse carriage" that has survived successfully in the landscape of Cracow, but it is now primarily a tourist product and a type of economic activity. Therefore, questions arise about how to protect the city's authenticity in strategic documents, while at the same time using the cultural potential? How to study this process in order to be able to draw conclusions and recommendations for the future?

3.1. Krakow Development Strategy 2030 Here I want to live [14]

The Krakow Development Strategy, adopted at the beginning of 2018, replaced the previous document from 2005. The most important, guiding slogans of the *Krakow Strategy* were expressed in the vision and mission of the document (Fig. 1). They emphasized the metropolitan rank of Krakow, and also referred to the pride resulting from the historical heritage. The indication of the strategic plan at the beginning of the description, in its first, key sentence of historical heritage, indicates the intention of the authors of the *Krakow Strategy* to link the further development of the city with its history and tradition. The city also defined a very important task already expressed in the title, *I want to live*

⁷ "Development strategy" may be the basis of the municipality's development policy, although there is no legally required obligation to execute such a document. Pursuant to the Act on the Principles of Conducting Development Policy, at the level of municipalities after the amendment of the Act in 2014, the required document is a development program. In this respect, the development strategy may play the role of such a program if it is prepared in accordance with the formal and procedural requirements provided for by law. [21, including Art. 4 and art. 15]

here⁸. A seemingly short sentence conceals much more contents as if at first. In view of the large tourist traffic, still growing, one can feel its negative consequences, among others through depopulation of the centre of Krakow (i.e. outflow of inhabitants from the area particularly attractive for tourists)⁹. This phenomenon overlaps with the outflow from Krakow of high-qualified people, noted on a city-wide scale. Among the conducted analyses, however, there was a lack of SWOT assessment in relation to cultural/ historical heritage, including the diagnosis of threats related to such intensive exploitation¹⁰.

IV. PLAN STRATEGICZNY

IV.1. Wizja, misja i cele strategiczne

Wizja

KRAKÓW – NOWOCZESNA METROPOLIA TĘTNIĄCA KULTURĄ, OTWARTA, BOGATA, BEZPIECZNA I PRZYJAZNA, DUMNA Z HISTORYCZNEGO DZIEDZICTWA, WSPÓŁTWORZONA PRZEZ MIESZKAŃCÓW

Misja

MISJĄ KRAKOWA JEST TWORZENIE INTELIGENTNEJ METROPOLII, ZAPEWNIĄCEJ WYSOKĄ JAKOŚĆ ŻYCIA, BUDOWANIE KREATYWNEJ GOSPODARKI, KSZTAŁTOWANIE ŚRODOWISKA PRZESTRZENNEGO, POSZANOWANIE ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO ORAZ ROZWÓJ POTENCJAŁU KULTUROWEGO, POPRZEZ WSPÓŁPRACĘ PODMIOTÓW RÓŻNYCH SEKTORÓW ORAZ PARTNERSKIE WSPÓŁDZIAŁANIE MIESZKAŃCÓW

Fig. 1. Krakow Development Strategy. This is where I want to live, Krakow 2030 - Strategy vision and mission. Source: [14, p.22]

Ryc. 1. Strategia Rozwoju Krakowa. Tu chcę żyć, Kraków 2030. Wizja i Misja strategii. Źródło: [14, str. 22]

Later in this document some of the decisions seem to be missing that would be directly dedicated to the heritage of history recorded in the cultural landscape of Krakow. This is a particularly important issue, especially since the historical heritage resources accumulated in Krakow are not only a local heritage, but also our national heritage, and even world heritage.

In the light of earlier comments – one can pay attention to the detailed, thematic areas of Krakow's planned development. Among others Area III refers to culture and cultural heritage. However, practically the only point in the implementation of the objective referring to the historical heritage and cultural potential of Krakow, emphasizes the aspect of creative use of these last elements to build a modern metropolis, significant on a European and global scale, conducive to experiments and innovations [14, p. 34]. Area VIA has been defined in a very general and enigmatic way – City management, where among the key actions there are several slogans referring to tourism¹¹ but there is not one concerning the cultural heritage.

⁸ Extension of the title added during the document preparation in 2017.

⁹ This was also expressed in the SWOT analysis of the Krakow Development Strategy, among others as a threat to the quality of life [14, p. 18]

¹⁰ This may be due to the fact that among the very large group of authors of the Strategy there are not many people associated with the heritage of history, including the expert team, there is not one person specializing in protection or maintenance monuments. This is an important issue, in particular in relation to the importance of monuments that are located in Krakow.

¹¹ These are both positive and controversial findings from the previous experience (confirmed by the analysis of the documents). There are, for example, slogans: the introduction of activities aimed at the deglomeration of tourist traffic outside the city center. (positive), but at the same time the slogan of evaluation and taking into account the impact of mass tourist traffic in the process of planning by the City strategic projects and programs, or slogans: 10. coordinating the relationship between mass and qualified tourism (e.g. business, medical, cultural), taking into account the differences in revenues. 11. Undertaking activities aimed at obtaining greater acceptance of residents for mass tourist traffic. Indicating the intention to continue and perhaps even intensify mass and qualified tourism. [13, p. 63 - 64]

To evaluate and monitor tasks expressed in strategic goals, indicators were assigned in the *Krakow Strategy*. In this III strategic objective, indicators such as the number of participants and users of cultural services participating in artistic and entertainment events, contentment of residents from the available cultural offer and others appear. However, there were no such indicators as, for example, the number of vacant buildings in historic downtown tenement houses, the number of construction projects planned or completed (including renovations) at cultural heritage facilities, the number of residents in the Old Town and other historical areas of Krakow (including internal and external migration balance) directly related to the material landscape and the sense of local identity

In the opinion of the authors of this article, it is necessary to add, to the most important resources of Krakow (unique and determining development), **the historical material heritage of Krakow – the foundation of the sense of identity and the local and national affiliation. And in the further consequence**, it is worth emphasizing the timidly enlisted one of the document's challenges, i.e. *limiting the negative impact of mass tourist traffic on the functioning of the City and the quality of life of the inhabitants* [14, pp. 5-6]

3.2. Integrated development strategy for Lodz 2020+ [13]



Fig. 2. Strategy of Integrated Development of Lodz 2020+; Vision of Lodz. Source: [13 p. 31]

Ryc. 2. Strategia Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+; Wizja Łodzi. Źródło: [13 str. 31]

The preamble of the Lodz document expresses the vision of the city that its authorities would like to achieve. It describes the inhabitants of Lodz as conscious of intellectual and material city heritage. The document was defined as a communication tool of the *City Authorities with residents, which informs about development directions, helps in building social awareness* [based on 13, p. 5]. Entries of the Integrated Development Strategy for Lodz, as well as complementary sectoral strategies, show that relatively young cities such as Lodz are facing completely different problems and must face completely different challenges than cities with an established, centuries-old tradition and history. It is mainly a need to create a sense of connection and belonging to the city among the local community, to discover and understand the essence and beauty of its heritage. As it was shown in the Lodz Spatial Development Strategy (defining the city's sectoral policy referring to architecture and urban planning) [15] the heritage of an industrial city from the 19th and 20th century, accumulated in Lodz on an exceptionally large scale, is still an unacceptable heritage (also through memory and connotations associated with it), poorly recognized and, above all, very neglected.

The vision of Lodz was based on three pillars (Fig. 2), among which was culture understood as increasing the participation of residents in culture (using the cultural and creative potential of Lodz). The "creative" approach has also been reflected, among others in the slogan "Lodz creates" promoting various activities of the city authorities. The Integrated Development Strategy for Lodz 2020+ is characterized by its syntax, and its re-

finements and developments should be sought in operational programs and sectoral policies.

3.3. Strategy Wrocław 2030

Wrocław is a city whose inhabitants had to re-create local bonds and identity after the Second World War. A city of "foreign" heritage, yet accepted and "familiarized". In the subsequent strategic documents of the city, the understanding of the different needs, i.e. all its inhabitants, is felt more. Those who have been living here for many years, as well as those who have settled here recently. The city's accessibility and high quality of life are to be ensured regardless of the material status. What is important, Wrocław declares that the program will be implemented for all residents, and therefore it intends to implement its registered activities in all parts of the city. We do not divide residents into beneficiaries of change and excluded (...) Wrocław is to be a friendly and accessible city – also for seniors, people with disabilities and children [15, p.9].

Jakie są trzy główne składniki wizji?



Fig. 3. Wrocław Strategy 2030: A vision and its main components
Source: [15, p. 25]

Ryc. 3. Strategia Wrocław 2030. Wizja i jej główne składniki
Źródło: [15, str. 25]

Wrocław has set tasks for itself: a beautiful city, a wise city, a prosperous city. These three values are something more. They are a powerful, opening a lot of possibilities, conceptual network of a mature city. Wrocław has over a thousand years of documented history and counts on next millennia. In its thinking and action it can reach for such values that both respect the past and are suitable for shaping the future. This is what wisdom, beauty and wealth are all about [15, p.19]. At the same time, the Strategy of Wrocław 2030 is a continuation of the current policy of the city of meetings, the city that unites, the city which inspires. The city's openness and creativity is to be expressed, among others through openness to ideas including sectoral strategies in the field of culture urban documents: the Culture strategy - Present! Diagnosis of Wrocław's cultural potential and the Culture Development Strategy in the 2020+ perspective as well as the Intercultural Dialogue Strategy [based on 15, page 38].

For the outlined vision and mission of Wrocław it is necessary to carry out activities in a decentralized manner in various areas of Wrocław and various fields. Multithreadedness, multifaceted value that includes also the potential of cultural heritage. *Because this is Wrocław: multithreaded and eclectic. We decentralize the city's potentials. Let us create coalitions of willing people for projects in various fields* [15, p. 23] (Fig. 3).

3.4. Strategies for the development of large Polish cities

Analysis of selected examples of strategic documents indicates a number of similarities in shaping development policy. Cities want to be competitive and attract residents by

providing them with a high quality of life. There is a clear tendency to create urban policies that aim to promote returns to city centers (declared creation of citizen-friendly spaces). In the visions of the development of Lodz and Wroclaw and in the areas of Krakow's planned development, a very important slogan of sustainable development is repeated, including economic, innovative and creative development, while ensuring environmental protection.

However, the implementation of the vision was proposed in each of the analyzed cities in a different way, which is to a large extent connected with their cultural, economic, social, location and many other factors. **Krakow**, it relates its development to the heritage of history, cultural activities, indicating at the same time the openness of the city and the inclusion of residents in the process of its development (the main theme here *I want to live*). **Lodz** places great emphasis on development based on creative industries, but also on cultural potential (*the slogan of urban policy Lodz creates*). The strategy has also pointed to the issue of discovering the potential of the city and building a new image of the city, very important from the point of view of the urban policy. The role of the identity and activity of Lodz residents in co-creating the city was also emphasized. **Wroclaw** places the greatest emphasis on high quality of life, including striving for the status of one of the green capitals of Europe. In the city's mission, the slogans of a wise, beautiful and rich city pass through, *a city of meetings that unites and inspires*.

In each of the analyzed cities, cultural heritage is defined as important for further development. In the case of Krakow, the cultural heritage has become the main motive of the tourism policy with all the accompanying infrastructure, and the emphasis has been placed on cultural events as an offer targeted at both tourists and residents. The case of Lodz shows the programming and implementation of the policy of shaping a positive image of the city using the material heritage of the nineteenth and twentieth centuries. It is a strategy aimed at changing the awareness of the residents and "discovering" the cultural heritage of the historic city center, and ultimately encouraging the city to "grow inward". The strategy of Wroclaw manifests the pride of a mature city with over a thousand years of documented history that is to become an inspiration for the next hundreds of years of city development. However, the cultural heritage becomes just one of the city's many threads and tasks, among a significant number of other "decentralized" and equivalent tasks. The diversity of Wroclaw is to become its strength.

4. COMMERCIALIZATION OF HISTORIC URBAN SPACE

Protection of a historic resource can not a goal in itself, it should become an element of stable, sustainable development of cities, towns and other places. This scenario is not subject to any doubts at the moment, and the development of cities based on the potential of cultural heritage is recorded in strategic documents, as demonstrated by the selected findings of the three selected documents. However, excessive and uncontrolled exploitation of cultural heritage can cause numerous threats to both heritage and the entire city. Therefore, it becomes important to create balanced models of heritage management and use that at the same time take into account development needs and, on the other hand, protection of the resource. *Heritage (...) must be treated not only as a sacrum, but also as a commodity; so this sphere is in the sphere of action of economic laws, which should not be shyly concealed. It is in the conditions of progressing globalization that heritage becomes more and more an attractive resource and a factor of development* [11, p.57].

In the strategic documents of cities, and even more in the market processes, the cultural heritage is often a product "for sale". In this process, we deal with bidders and buyers. Maintaining the balance between supply and demand, the ability to control these processes is becoming the key challenge for creating the right model of the "cultural heritage market". One of the methods may be creating products and "targeted" offers targeted

at specific recipients¹². This may be crucial, for example, to eliminate "undesirable" models of tourists behavior on the one hand, and to promote "buyers" considered to be appropriate in a given space.



Fig. 4. Commercialization of the space of the Krakow Market Square, Christmas Market – Carriage in front of the Sukiennice, December 2017. Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 4. Komerccjalizacja przestrzeni rynku krakowskiego, jarmark bożonarodzeniowy – *nieustająco dorożki przed Sukiennicami, grudzień 2017 r.* Źródło: il. M. Dankowska



Fig. 5. Commercialization of the Krakow Market Square, artistic productions just before the music from the Mariacki Church, May 2018. Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 5. Komerccjalizacja przestrzeni rynku krakowskiego, inscenizacje artystyczne tuż przed Hejnałem Mariackim, maj 2018 r. Źródło: il. M. Dankowska

In some, especially important urban spaces (due to the protection of the most valuable heritage, or due to ensuring the relative peace of inhabitants), it is possible to limit "hasty" tourism, characteristic of American or Japanese tourists, which Maria Lewicka describes *as not conducive to the creation of a sense of place* and further, citing Relpha, she writes that tourism is characterized by *not experiences resulting from contacts with various unique places, but rather by collecting these places (especially in the photos)* [10, p.72].

Based on data published by the World Tourism Organization (UNWTO) and the World Travel and Tourism Council, Europe is currently the largest tourist market in the world, and the tourism sector is one of the main stimulus of European economic growth (along with trade and construction). However, at the same time, negative effects of tourist activities can be observed in cities, including the destruction of natural and anthropogenic environment, excessive commercialization and congestion of attractive areas and facilities, lack of security (which reduces the attractiveness of the place), deteriorating living conditions (tourist burden), deteriorating access to basic services, including transport, accommodation and gastronomy, dirt, noisy night life, etc.

¹² Writing about marketing of cultural heritage, Krzysztof Broński indicates various groups of "heritage buyers", which may be: tourists, heritage researchers, local community, broadly understood educational sphere and business environments [4 p. 239].



Fig. 6. Łódź, Piotrkowska Street, 2017 Source: photograph K. Zaborska

Ryc. 6. Łódź ul. Piotrkowska, 2017 r. Źródło: il. K. Zaborska



Fig. 7. Łódź, Piotrkowska Street, 2015 Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 7. Łódź ul. Piotrkowska, 2015 r. Źródło: il. M. Dankowska



Fig. 8. Wrocław, distribution of urban investments over a larger area of the city, the Boulevards on the Odra River. Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 8. Wrocław, rozłożenie inwestycji miejskich na większy obszar miasta, Bulwary nad Odrą. Źródło: il. M. Dankowska



Fig. 9. Wrocław, distribution of urban investments over a larger area of the city, development of commercial buildings on the Odra River Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 9. Wrocław, rozłożenie inwestycji miejskich na większy obszar miasta, realizacja zabudowy komercyjnej nad Odrą. Źródło: il. M. Dankowska

Based on the analysis of the situation and environmental discussions conducted in Krakow, it can be stated that the revived (especially in the summer) tourist activity has led to: 1) appropriation of space and objects for commercial purposes, 2) depriving the inhabitants of their city, changing the perception of space (the city has stopped living city life (urban) it becomes a place to visit, pass, a tourist destination). *The development of heritage-based tourism is rather a reason for reflection rather than for joy, because tourism poses more threats than promises. (...) tourism development is coming to a crisis point. This crisis (...) does not seem to be recognized, which is the result of too poor understanding of the links between growing demand and resources* [1, p.170]

The need to search for different possibilities of using the heritage potential in the development of places, considering various scenarios, various development models in which the anticipated balance of profits and losses will be made each time. In which the risk of loss or distortion of the heritage resource will be revealed. *The development and not the market should be considered as the starting point and the foundation of the economy of culture. Only in this way can one grasp the relationship of culture with the economy and its contemporary structural changes, and also - more broadly - with social change* [6, p. 7, introduction].



Fig. 10. Lodz, Shaping new tourist products and a new brand of the city, sculptures of characters from fairy tales, Bonifacy cat, 2012. Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 10. Łódź, Kształowanie nowych produktów turystycznych i nowej marki miasta, rzeźby postaci z bajek, kot Bonifacy, 2012 r. Źródło: il. M. Dankowska



Fig. 11. Wroclaw, Shaping new tourist products and a new brand of the city, dwarves in Wroclaw, 2017 Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 11. Wrocław, Kształowanie nowych produktów turystycznych i nowej marki miasta, krasnale wrocławskie, 2017 r. Źródło: il. M. Dankowska



Fig. 12. Lodz, Shaping new tourist products, "RIKSZA" at Piotrkowska Street, 2015 Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 12. Łódź, Kształowanie nowych produktów turystycznych, RIKSZE na Piotrkowskiej, 2015 r. Źródło: il. M. Dankowska



Fig. 13. Lodz, Shaping new tourist products, "RIKSZA" at Piotrkowska Street, 2015. Source: photograph M. Dankowska

Ryc. 13. Łódź, Kształowanie nowych produktów turystycznych, RIKSZE na Piotrkowskiej, 2015 r. Źródło: il. M. Dankowska

5. RECOMMENDATIONS CONCERNING MANAGEMENT OF HISTORIC SPACE FOR THE DEVELOPMENT OF THE CITY

In the light of the development needs of cities which are confirmed by the huge demand for cultural heritage, prudent and balanced management of the owned resource becomes extremely important. Assuming that heritage is our property and common value (regardless of real physical property) and that it is usually a unique and non-renewable resource (value of authenticity), it becomes necessary to develop a new model of perception and protection of cultural heritage as well as historic spaces and objects. Documents of a general nature (e.g. the *UNESCO Recommendation on the Historic Urban Landscape*), although correct in their assumptions, seem to be insufficient for individual actions. And even in some cases they can lead to over interpretation and, consequently, excessive interference in a historic substance, in which the current and immediate needs of local authorities will become more important than preserving the integrity, complemen-

tarity and authenticity of monuments (in particular, this threat may affect historical urban landscapes. The recommendation cited above goes from the point of using historical space in sustainable but also effective development of these cities. By definition, this approach *combines the objectives of protecting the urban heritage with the objectives of social and economic development. It is rooted in a harmonious and balanced relationship between the urban and natural environment and between the needs of present and future generations and the legacy of the past* [12]. However, there is a risk of overexploitation of the cultural heritage resource and placing the needs of modern users over harmonious and sustainable resource management.

These are all kinds of "facade revitalizations", increased, unlimited tourist traffic along with accompanying landscape transformations, aimed at introducing amenities and adapting to the needs of tourists, ill-advised use of "external" funds, making investments economically unjustified, difficult and costly to maintain and exploitation (depletion of local budgets that could be used rationally and proportionately to the local resource) and many more. It can be stated that the demand for cultural heritage dictates the conditions and sets out the rules of conduct that do not always find their rational justification, and may directly threaten the cultural heritage itself. *The guarantee of effective protection of cultural heritage of cities and historical regions in the free market system is, therefore, a skillful linking of heritage with the economic sphere. It is necessary to create a new legal and financial framework for the functioning of monumental areas. (...) Today, one can not talk about effective protection of monuments without an effective strategy to manage the heritage potential.* [11, p.32]

6. SUMMARY

Mobility and globalization do not have to destroy human relationships with the place of residence or affect the disappearance of people's sense of belonging. Identification with cross-cultural circles does not break the bond with the immediate environment when the environment offers the opportunity to feel part of the community. Two types of relationship to a place can be distinguished: *traditional attachment correlated with strong rooting in place, and active attachment resulting from the "discovery" of the meaning of space for themselves* [10, p. 311]. Strengthening the role of memorial sites, emphasizing their historical value and cultivating local traditions, contributes to making new inhabitants discover the city for themselves and identify with it. This is clearly illustrated by the Wrocław Development Strategy, which has drawn attention to a large scale of immigrants from Eastern Europe, primarily the Ukrainian population. In response to the psychological needs of this new group of Wrocław inhabitants, elements of the cultural space created by the Ukrainian population appeared in the city development scenarios. *A lot of Wrocław residents are Ukrainians. A new element of the landscape are numerous orthodox churches. A new manifestation of Wrocław's customs – Orthodox holidays and large Ukrainian cultural events* [15 p. 61].

Tourism in historical areas often becomes an opportunity to improve the economic situation of cities and is perceived as an element of economic development. It is also a threat when it develops in an uncontrolled way, appropriating areas previously used by the inhabitants. *If heritage is treated as a resource of values, then heritage tourist consumption can mean a significant reduction of this resource.* [11, p.32]. The answer to this may be the balance resulting from the appropriate saturation of the area with various types of activities intended for both tourists and residents. The importance of the local community in conveying identity is raised in many publications in the field of psychology, sociology or philosophy. *Local communities are characterized by the ability to survive, regenerate and sometimes create again. Uprooted people look for similar ones, gathering in the same metropolitan areas of space and building up their new places arduously* [7, p.112]. *Authenticity constituting the value of heritage is (...) confronted with globalization and the macdonaldry of cultural space. The processes of uniformity not only threaten the heri-*

tage, but also strengthen its value and significance, even in the market dimension. Belonging to a place is a value in itself in relation to globalization [11, p.32].

*Identity is the fruit of will – not something given by nature or history [7, p. 111]. The identity of the city is defined by people creating local communities, it can be said that the cultural landscape of the city consists of two factors: 1) people, enthusiasts of the given area, and 2) magical places, that is, those that form spatial symbols. The local community consists of all people interested in a given place, they are its residents but also those who work in this area, run their own businesses, or use facilities and institutions located nearby. "Enthusiasts of a given area", are people for whom this part of the city is of special importance, those who want to participate in the development of the place and who identify with it. *There are no more valuable people than passionate people who literally are crazy about the place they live in and who understand what it means for the community. Of course, such a valuable person is associated with other people and I think that in this way the dialogue emerges the fastest [8, p. 45].* The second factor are symbols, icons, monuments that create in space connotations of meanings creating places. It is important to be aware of the above in investing in "cultural planning" supporting local authorities in highlighting and identifying cultural resources of the city, proposing strategic opportunities for its use in areas such as planning, shaping the appearance of urban development, tourism, industrial development, retail, marketing, social development, education and specialist education. Franco Bianchini, referring to the concept of "cultural planning", appealed to traditions from the USA and Australia, saying that *it is based on a general anthropological definition of "culture" as a "way of life" integrating art with other aspects of local culture. Its field of activity includes both art and craft, fashion, as well as sport, recreation, architecture and urban development, cultural heritage, tourism, nutrition and entertainment, local tradition, characteristics of a given community, its identity and external image. [3, p.33].* It seems that such a model of action, supplemented with a thoroughly carried out diagnosis of the city should be the starting point in the formulation of the Strategy for Sustainable Development of Polish cities.*



Fig. 14. *Enchanted horse carriage, enchanted cabman, enchanted horse.* Source: fot. M. Dankowska

Ryc. 14. *Zaczarowana dorożka, zaczarowany dorożkarz, zaczarowany koń, Rynek Główny Miasta Lokacyjnego w Krakowie – dorożki przed Sukiennicami, maj 2018 r.* Źródło: fot. M. Dankowska

*(...) — As long as the horse carriage is a horse carriage,
the horse is a horse, shaft is a shaft,
As long as the water flows in the Vistula,
as we are all here,
there will always be in every city,
there will always be even one,
no matter how poor:*

*ENCHANTED HORSE CARRIAGE
ENCHANTED CABMAN
ENGAGEMENT HORSE. (1946)*

ZACZAROWANA DOROŻKA, ZACZAROWANY DOROŻKARZ, ZACZAROWANY KOŃ – DZIEDZICTWO I TOŻSAMOŚĆ W MODELACH ROZWOJU MIAST, WYBRANE ASPEKTY I PRZYKŁADY

Zaczarowana dorożka K.I. Gałczyński

(...)

Przystanęliśmy pod domem „Pod Murzynami”

(eech, dużo bym dał za ten dom)

i nagle: patrzcie: tak jak było w telegramie:

przed samymi, uważacie, Sukiennicami:

ZACZAROWANA DOROŻKA

ZACZAROWANY DOROŻKARZ

ZACZAROWANY KOŃ.

Z wieży Mariackiej światłem prószy.

A koń, wyobraźcie sobie,

miał autentyczne uszy. [5]

1. WSTĘP

Artykuł jest próbą poszukiwania odpowiedzi na pytanie o zakres uwzględnienia zagadnień dziedzictwa kulturowego w tworzeniu strategii rozwoju dużych miast polskich. Jaką rolę w procesach rozwojowych miast stanowi dziedzictwo kultury¹³. Z uwagi na złożoność i wielowątkowość problematyki, artykuł ma charakter przyczynkarski, koncentrując się na wybranych aspektach i zagadnieniach¹⁴.

W artykule przeanalizowano i zestawiono ze sobą trzy zagadnienia:

- zarządzanie dziedzictwem kulturowym miast wyrażone w ustaleniach dokumentów strategicznych
- znaczenie tożsamości lokalnej jako czynnika determinującego rozwój miejsca
- komercjalizacja i zawłaszczanie dziedzictwa kultury przez aktywności gospodarcze, przede wszystkim turystykę.

Krajobraz kulturowy z jego charakterystycznymi monumentami, ale także inne przejawy kultury i historii są fundamentem tożsamości społeczności lokalnych ale także ponadlokalnych. Tożsamość i poczucie przynależności, zakorzenienia czy też zakotwiczenia sprawiają, że jesteśmy dumni z miejsca w którym żyjemy, że chcemy o nie dbać i troszczyć się. Ale jednocześnie pochwalić się przed innymi. Przysłowiowa „zaczarowana dorożka” to jest ów magnes, który przyciąga do miejsca określonych zainteresowanych i staje się lokalnym duchem sprawczym. Dorożka wraz z dorożkarzem i koniem, staje się symbolem dawnego krajobrazu kulturowego, zwyczajów minionych pokoleń i ich codziennego życia. W obecnych czasach staje się ona jednym z produktów turystycznych, czynników rozwoju ekonomicznego. Podobnie cały historyczny krajobraz miejski może zostać włączony do programów strategicznych miasta, jako świadectwo historii ale również determinanta wieloaspektowego rozwoju.

Turystyka (w obecnej dobie globalizacji podejmowana często na masową skalę), liczne adaptacje i przekształcenia zabytkowego zasobu (wraz z ich dostosowywaniem do wymogów współczesnych użytkowników), prowadzą z jednej strony do wzrostu zainteresowania i zrozumienia istoty dziedzictwa, z drugiej strony do jego nadmiernej eksploatacji i zatracenia waloru autentyczności. Czy jest zatem możliwe osiągnięcie balansu i równowagi pomiędzy dwoma przeciwstawnymi procesami 1) ochroną historycznych dzielnic

¹³ Programy strategiczne mają charakter ogólnych wytycznych do innych ustaleń programowych, w tym rzutują bezpośrednio na politykę miejską wyrażoną w dokumentach gminnych. Są dokumentami nadrzędnymi w stosunku do sektorowej polityki miejskiej, spajając programy takie jak np. polityka rozwoju turystyki, politykę rozwoju przestrzennego, rozwoju mieszkalnictwa, program ochrony i opieki nad zabytkami, polityka transportową i inne. Stąd ich przeanalizowanie pozwala w sposób selektywny ocenić deklaracja i tendencje rozwoju miast między innymi w zakresie dziedzictwa kultury.

¹⁴ M.in. celowo pominięto analizy programów opieki nad zabytkami, z uwagi na ich ograniczenie do zagadnień ochronnych oraz do wybranych obiektów - zabytków.

miejskich 2) wykorzystaniem dziedzictwa kultury do współczesnych potrzeb rozwojowych miast? Czy możliwy jest kompromis między ochroną konserwatorską a polityką rozwoju i zmian?

Metodologia

Na przykładzie trzech dużych polskich miast¹⁵: Krakowa, Łodzi i Wrocławia oraz wybranych dokumentów strategicznych określających ich rozwój w perspektywie najbliższych lat, przeanalizowano stopień uwzględnienia dziedzictwa kulturowego w planowaniu rozwoju miasta. Celowo pominięto Warszawę jako miasto znacznie większe, gdzie wszelkie procesy są znacznie bardziej złożone i przebiegają dużo gwałtowniej, w którym mieszkańcy charakteryzują się dużą mobilnością¹⁶.

Badanie miało na celu podjęcie próby konfrontacji strategicznych dokumentów miejskich, zestawienia ze sobą wytycznych, wizji i celów w nich określonych (odnoszących się do dziedzictwa kultury) ze wstępną analizą procesów zachodzących w miastach. W tym celu posłużono się obserwacjami terenowymi oraz rozmowami i wywiadami z mieszkańcami a także użytkownikami trzech wybranych ośrodków miejskich.

Do oceny zjawisk i procesów wykorzystano również wyniki badań z zakresu teorii psychologii oraz urbanistyki i turystyki dostępne w licznych branżowych publikacjach m.in. przywołanych w tekście artykułu. W uzupełnieniu odniesiono się także do wybranych aspektów prawa powszechnie obowiązującego.

2. KRAJOBRAZ KULTUROWY – PRZESTRZEŃ INTERAKCJI

Krajobraz kulturowy to zgodnie z definicją ustawową *postrzegana przez ludzi przestrzeń, zawierająca elementy przyrodnicze i wytwory cywilizacji, historycznie ukształtowana w wyniku działania czynników naturalnych i działalności człowieka* [20, art. 3 pkt 14]. Otaczająca nas przestrzeń, to w znacznej mierze ów krajobraz kulturowy, zawierający w sobie również wiele elementów sentymentalnych, a więc będący nośnikiem naszych wspomnień, zarówno indywidualnych jak i zbiorowych. To również przestrzeń naszego codziennego życia i aktywności, poprzez które osławiamy miasto, miejsce w którym jesteśmy. Z kolei nasze aktywności skutkują potrzebą przekształcania i dostosowywania krajobrazu do aktualnych, bieżących potrzeb współcześnie żyjących pokoleń. Tak więc w procesie tym odciskamy swoje piętno na naszym otoczeniu. Dziedzicząc wartości zastane, kształtujemy jednocześnie nowe, które odziedziczą po nas następne pokolenia, nasze dzieci i wnuki. Jest to zatem duże wyzwanie, ale też odpowiedzialność za przestrzeń, jej wizerunek, kondycję, autentyzm i wiele innych cech.

2.1. Dziedzictwo kultury

Każde z miast, niezależnie od czasu jego powstania posiada zasób obiektów i przestrzeni historycznych. Owa spuścizna minionych pokoleń jest często sklasyfikowana, niejednokrotnie wciągnięta do wykazów konserwatorskich (zabytki w rejestrze lub ewidencji). Zatem oprócz utrwalonych form krajobrazowych, urbanistycznych, architektonicznych i innych artefaktów, mijające pokolenia przekazują nam również swoje decyzje i wytyczne dot. wyboru obiektów najbardziej wartościowych tzn. wartych zachowania¹⁷. Tymczasem w teorii dziedziczenia¹⁸, dziedzicowi pozostawia się zwykle prawo przyjęcia lub odrzucenia spadku. Jest to tym bardziej ważki aspekt, że często pozostawiona spuścizna historyczna staje się czynnikiem ograniczającym lub nawet całkowicie uniemożli-

¹⁵ Wybrano miasta o największej liczbie ludności tj. takie, których liczba mieszkańców w grudniu 2017 r. wynosiła powyżej 600 tys. a jednocześnie o podobnej powierzchni miasta tj. około 30 tys. ha). (na podst. [23])

¹⁶ Znaczna grupa mieszkańców Warszawy może być określana jako „klasa metropolitalna” charakteryzująca się słabymi więziami lokalnymi i nieprzywiązywaniem się do konkretnego miejsca zamieszkania [7, str. 118].

¹⁷ Pogląd taki, nieco szerzej zaprezentował Gregory Asworth [2, str. 31 – 39]

¹⁸ Jest to zgodne również z obowiązującym prawodawstwem w tym zakresie.

wiającym podejmowanie działań na znacznych, historycznych obszarach miast. Czynnikiem akceptacji spuścizny staje się także istotny z punktu widzenia podjęcia odpowiedzialności za pozostawione relikty przeszłości. Na aspekt ten zwracał szczególną uwagę profesor Andrzej Tomaszewski, w swoich wypowiedziach rozdzielał dobrą kulturę od dziedzictwa kultury: *dobra kultury to cała spuścizna historyczna i artystyczna, którą na danym obszarze pozostawiły poprzednie pokolenia. Dziedzictwo kultury jest natomiast sprawą wyboru, akceptacji odpowiedzialności* [18, str. 284].

2.2. Przyciąganie przeciwieństw, globalizacja i tożsamość

Rozważania na temat poszukiwania istoty miejsca zrzeszają specjalistów z zakresu filozofii, geografii, urbanistyki architektury, socjologii i psychologii. Problematyka stosunku ludzi do miejsca, identyfikacji z miejscem, poszukiwania korzeni, zakotwiczenia w historii oraz kształtowania tożsamości wydaje się szczególnie aktualna w czasach globalizacji i komercjalizacji życia społecznego.

Im bardziej okres, w którym żyjemy, jest wypełniony szybkimi zmianami społecznymi, tym bardziej prawdopodobne, że będziemy mieli kłopot z utrzymaniem spójnego poczucia tożsamości, w obliczu nieprzewidywalności otoczenia i braku wyraźnych wskazówek, jak żyć w nieznanym kontekście, w których się znaleźliśmy [22, str. 30].

We współczesnym świecie zderzają się ze sobą dwie tendencje: 1) globalizacji w połączeniu z unifikacją, 2) szukania tożsamości i identyfikacji. Te dwie przeciwstawne siły tylko pozornie wykluczają się, jednak mogą być wykorzystane na rzecz wzmocnienia potencjałów lokalnych społeczności. *Globalizacja to między innymi tendencja do bardziej różnorodnych kontaktów, zmian i mobilności. Poznawanie coraz to większej ilości ludzi, poruszanie się pomiędzy różnymi krajami i kontynentami, funkcjonowanie w wielu kulturach co w rezultacie powoduje wrażenie płynności i zmienności* [16, str. 386]. Nowoczesność odbierana jako wielowątkowa i niepewna staje się trudna do udźwignięcia, co metaforycznie określa Milan Kundera w tytule jednej ze swoich książek *Nieznosna lekkość bytu* [9].

Lekkość kojarząca się ze zmianą, przemieszczaniem się, brakiem umiejscowienia i stabilizacji, może być przeciwstawiona tęsknocie do ugruntowania i stabilności. Zwrot ku tożsamości i potrzebę „umocowania” w historii budzącą się w społeczeństwie Bohdan Jąłowicki nazywa tęsknotą do tożsamości uwidaczniającą się szczególnie teraz, w erze globalizacji. Podobnie Manuel Castells, stwierdza, że *dwie przeciwstawne siły zwalczają się, aby przekształcić nasz świat i nasze życie: globalizacja i poszukiwanie tożsamości*. [7, str.115].

2.3. Przestrzeń i miejsce

Zainteresowanie miejscem wzrasta, Maria Lewicka przeglądając elektroniczne bazy literaturowe według haseł takich jak: przywiązanie do miejsca (place attachment); identyfikacja z miejscem (place identity); doświadczanie miejsca (sense of place) znalazła około 400 artykułów dotyczących powyższej problematyki opublikowanych w przeciągu ostatnich 40 lat, z czego większość, bo ponad 60%, ukazało się w latach 2000-2010 [10, str. 20]. Lewicka postawiła w związku z tym tezę, że obecnie mamy do czynienia nie z upadkiem ale wręcz z odrodzeniem się pojęcia miejsca. *Coraz częściej destrukcyjne zjawiska tego wieku pociągają za sobą, jako reakcję na nie, zwiększoną wrażliwość na miejsce. (...) To nie tylko kwestia nostalgii. To wspólne doświadczenie wzbudza aktywne pragnienie unikatowości miejsca – tego, co naprawdę „lokalne” lub „regionalne”. Miejsce zawiera sobie te wszystkie elementy, które wyeliminowała uniformizacja: tożsamość, charakter, niuans, historię* [10, str. 22]

Z punktu widzenia psychologii miejsce zaczynamy postrzegać jako własne wtedy gdy nadajemy mu znaczenie. Tuan [19] wskazuje na aktywną rolę człowieka w zmianie charakteru przestrzeni, podkreśla znaczenie świadomego wyboru tego co jest dla nas ważne

i co chcemy zapamiętać z otaczającego nas środowiska. Do właściwego funkcjonowania potrzebujemy dychotomii tych dwóch czynników: „przestrzeni”, która daje wyzwania i „miejsca”, które zapewnią stabilizację i poczucie osadzenia.

2.4. Mapowanie miejsca

Przenosząc powyższe rozważania na grunt architektury można przywołać sposób postrzegania przestrzeni miasta przez pryzmat osobistych doświadczeń, tworzenia konotacji emocjonalnych i znaczeniowych z wybranymi obszarami. Sytuacja „oswajania przestrzeni” to nic innego jak budowanie tożsamości mieszkańców w odniesieniu do danego miejsca. *Miasto nie staje się historyczne przez sam fakt zajmowania tego samego miejsca przez długie lata. Przeszłe wydarzenia nie wyciskają piętna na współczesności jeśli nie są upamiętnione w historycznych książkach, pomnikach, paradach i poważnych lub radosnych obrzędach, uznanych za część ciągle obecnej tradycji. Stare miasto ma w swojej historii bogate zasoby faktów, którymi żywią się kolejne generacje mieszkańców, podtrzymując i stwarzając na nowo swój obraz miejsca. Dumni ze swej przeszłości obywatele miasta mogą taktownie i z wdziękiem zabiegać wokół sprawy podniesienia jego prestiżu* [19, str.218].

Tożsamość jest owocem woli – a nie czymś danym przez naturę czy historię [7, str. 111]. Tożsamość miasta określają ludzie tworzący społeczności lokalne, można powiedzieć, że na krajobraz kulturowy miasta składają się dwa czynniki: 1) osoby, pasjonaci danego terenu oraz 2) miejsca magiczne czyli takie, które tworzą symbole przestrzenne. To właśnie symbole, ikony, monumenty kreują w przestrzeni konotacje znaczeń, tworzą miejsca.

3. STRATEGIE ROZWOJU DUŻYCH MIAST POLSKICH

Przeprowadzona analiza dokumentów strategicznych trzech dużych miast polskich pozwala na zauważenie, że w każdym z omawianych przypadków obecna, aktualna strategia zastąpiła wcześniej obowiązującą¹⁹. Jednak tylko w przypadku Wrocławia odnotowano dokumenty wcześniejsze, pozytywnie odnosząc się do nich i deklarując wolę kontynuacji wizji miasta jak wyrażały. Jednak w żadnym z analizowanych przypadków nie zawarto pisemnego podsumowania, ani stopnia realizacji dokumentów wcześniejszych. Syntetyczna informacja na ten temat pozwoliłaby na ocenę ciągłości lub braku ciągłości polityki miejskiej. Byłaby również cenną informacją o zmianach w sposobie zarządzania miastami, w tym również ich dziedzictwem kultury.

Trudnym, ale bardzo potrzebnym elementem analizowanych dokumentów jest wprowadzenie zasad oceny zakresu realizacji ustaleń strategii. W dokumentach Krakowa i Wrocławia zawarto mierniki ewaluacji realizacji zadań z zakresu ochrony zabytków i wykorzystania dziedzictwa kulturowego w rozwoju miasta. W programach określone zostały zasady ich wdrażania, monitorowania oraz aktualizacji, niemniej jednak (z różnych powodów) trudno jest ocenić, czy zasady te zostały faktycznie wdrożone. Wynika to również z faktu, że trudno jest jednoznacznie stwierdzić, czy prowadzone działania inwestycyjne, prace konserwatorskie, badania architektoniczne i konserwatorskie itp. miały miejsce jako rezultat realizacji ustaleń programowych, czy też były niezależną inwestycją budowlaną lub przestrzenną.

Pojawia się zatem kluczowa teza o rozdzielności prowadzonych działań realizacyjnych oraz intencyjnych programów strategicznych dużych miast polskich w zakresie wykorzystania dziedzictwa kulturowego. Przykładem może być symboliczna, tytułowa „zaczarowana dorożka”, która skutecznie przetrwała w krajobrazie Krakowa, ale jest to obecnie

¹⁹ „Strategia rozwoju” może stanowić podstawę polityki rozwoju gminy, chociaż nie ma prawnie wymaganego obowiązku wykonywania tego rodzaju dokumentu. Na mocy ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, na poziomie gmin, po nowelizacji ustawy w 2014 r. wymaganym dokumentem jest *program rozwoju*. W tym zakresie *strategia rozwoju* może pełnić rolę takiego programu, jeśli sporządzona jest zgodnie z przewidzianymi ustawowo wymogami formalnymi i proceduralnymi. [21, m.in. art. 4 oraz art. 15]

przede wszystkim produkt turystyczny i rodzaj działalności gospodarczej. Powstają zatem pytania o to jak w dokumentach strategicznych chronić autentyczność miasta, jednocześnie wykorzystując potencjał kulturowy? Jak badać ten proces, aby móc wyciągnąć wnioski i rekomendacje na przyszłość?

3.1. Strategia Rozwoju Krakowa 2030 – tu chcę żyć [14]

Uchwalona na początku 2018 r. Strategia Rozwoju Krakowa zastąpiła wcześniejszy dokument z 2005 r. Najważniejsze, przewodnie hasła *strategii krakowskiej* zostały wyrażone w wizji i misji dokumentu (Ryc. 1). Podkreślono w nich metropolitalną rangę Krakowa, a także odwołano się do dumy wynikającej z historycznego dziedzictwa. Wskazanie na początku opisu *planu strategicznego*, w jego pierwszym, kluczowym zdaniu dziedzictwa historycznego wskazuje na intencję autorów *krakowskiej strategii* – powiązania dalszego rozwoju miasta z jego historią i tradycją. Miasto zdefiniowało także bardzo istotne zadanie wyrażone już w tytule *tu chcę żyć*²⁰. Z pozoru krótkie hasło kryje w sobie znacznie więcej treści, niż odczytane w pierwszej chwili. Wobec dużego ruchu turystycznego, nadal wzrastającego, daje się odczuć jego negatywne konsekwencje m.in. poprzez wyludnianie się centrum Krakowa (tj. odpływ mieszkańców z obszaru szczególnie atrakcyjnego turystycznie)²¹. Na to zjawisko nakłada się także drugie, notowany w skali ogólnomiejskiej odpływ z Krakowa osób o wysokich kwalifikacjach. Wśród przeprowadzonych analiz zabrakło jednak oceny SWOT w odniesieniu do dziedzictwa kulturowego/ historycznego, w tym zdiagnozowania zagrożeń związanych z tak intensywną jego eksploatacją²².

W dalszej treści dokumentu odczuwa się niedosyt szeregu decyzji, które w bezpośredni sposób dedykowane byłyby dziedzictwu historii zapisanemu w krajobrazie kulturowym Krakowa. Jest to szczególnie ważna sprawa, tym bardziej że zgromadzony na terenie Krakowa zasób spuścizny historycznej stanowi nie tylko dziedzictwo lokalne, ale jest naszym dziedzictwem narodowym, a nawet światowym.

W świetle wcześniejszych komentarzy – z uwagą pochylić się można nad szczegółowymi, tematycznymi obszarami planowanego rozwoju Krakowa. M.in. Obszar III odnosi się do kultury i dziedzictwa kulturowego. Jednak praktycznie jedyny punkt z zakresu realizacji celu odnoszący się do *dziedzictwa historycznego i potencjału kulturowego Krakowa* podnosi aspekt twórczego wykorzystania tych ostatnich elementów *do budowy nowoczesnej metropolii, znaczącej w skali europejskiej i globalnej, sprzyjającej eksperymentom i innowacjom* [14, str. 34]. Bardzo ogólnikowo i enigmatycznie sformułowano także obszar VI – Zarządzanie miastem, gdzie wśród działań kluczowych pojawia się kilka haseł odnoszących się do turystyki²³, nie ma natomiast ani jednego dotyczącego dziedzictwa kultury.

Do oceny i monitorowania zadań wyrażonych w celach strategicznych przyporządkowano w *krakowskiej strategii* wskaźniki. We wspomnianym III celu strategicznym pojawiają się wskaźniki takie jak: liczba uczestników i korzystających z usług kulturalnych, uczestni-

²⁰ Rozszerzenie tytułu dodane w trakcie sporządzania dokumentu w 2017 r.

²¹ Wyrażono to także w analizie SWOT Strategii Rozwoju Krakowa m.in. jako zagrożenie dla jakości życia [14, str. 18]

²² Być może wynika to z faktu, że wśród bardzo licznego grona autorów Strategii niewiele jest osób związanych z dziedzictwem historii, w tym wśród zespołu eksperckiego, nie ma ani jednej osoby specjalności ochrony lub konserwacji zabytków. Jest to istotne zagadnienie, w szczególności wobec rangi zabytków, jakie zlokalizowane są w Krakowie.

²³ Są to ustalenia zarówno pozytywne jak i kontrowersyjne z punktu dotychczasowych doświadczeń (m.in. potwierdzonych analizami dokumentu). Pojawiają się np. hasła: *wprowadzenia działań zmierzających do deglomracji ruchu turystycznego poza ścisłe centrum miasta*. (pozytywne), ale jednocześnie hasło *oceny i uwzględnienia wpływu masowego ruchu turystycznego w procesie planowania przez Miasto przedsięwzięć i programów strategicznych*, lub hasła zastanawiające: 10. *koordynowanie relacji pomiędzy turystyką masową i kwalifikowaną (np. biznesową, medyczną, kulturową)*, z uwzględnieniem różnic w uzyskiwanych przychodach. 11. *Podjęcie działań zmierzających do pozyskania większej akceptacji mieszkańców dla masowego ruchu turystycznego*. Wskazujące na zamiar dalszego prowadzenia a może nawet zintensyfikowania turystyki masowej oraz kwalifikowanej. [13, str. 63 – 64]

czących w imprezach artystyczno-rozrywkowych, zadowolenie mieszkańców z dostępnej oferty kulturalnej i inne podobne. Zabrakło natomiast wskaźników takich jak np. liczba pustostanów w zabytkowych śródmiejskich kamienicach, liczba inwestycji budowlanych zrealizowanych lub planowanych (w tym remontów) przy obiektach dziedzictwa kultury, liczba mieszkańców Starego Miasta i innych historycznych obszarów Krakowa (wraz w uwzględnieniu salda migracji wewnętrznych i zewnętrznych) inne bezpośrednio powiązane z krajobrazem materialnym i poczuciem tożsamości lokalnej.

W przekonaniu piszących te słowa, do najważniejszych zasobów Krakowa (unikalnych i warunkujących rozwój) koniecznie trzeba dodać **historyczne dziedzictwo materialne Krakowa – fundament poczucia tożsamości i przynależności lokalnej i narodowej**. A w dalszej konsekwencji podkreślić nieśmiało wpisane jedno z wyzwań dokumentu tj. *ograniczenie negatywnego wpływu masowego ruchu turystycznego na funkcjonowanie Miasta i jakość życia mieszkańców* [14, str. 5 – 6]

3.2. Strategia zintegrowanego rozwoju Łodzi 2020+ [13]

W preambule dokumentu łódzkiego wyrażono wizję miasta, jaką jego władze chciałyby osiągnąć. Określono w niej łódzian jako świadomych intelektualnego i materialnego dziedzictwa miasta. Dokument został określony jako narzędzie komunikacji *Władz Miasta z mieszkańcami, która informuje o kierunkach rozwoju, pomaga w budowaniu społecznej świadomości* [na podst. 13, str. 5]. Zapisy Strategii Zintegrowanego Rozwoju Łodzi, jak również uzupełniających ją strategii sektorowych pokazują, że miasta stosunkowo młode, takie jak Łódź borykają się z zupełnie innymi problemami i muszą stawiać przed sobą zupełnie inne wyzwania niż miasta o ugruntowanej, wielowiekowej tradycji i historii. Jest to przede wszystkim potrzeba wytworzenia wśród lokalnej społeczności poczucia więzi i przynależności do miasta, odkrycie i zrozumienie istoty oraz piękna posiadanego dziedzictwa. Jak bowiem wykazano w Strategii Przestrzennego Rozwoju Łodzi (określającej politykę sektorową miasta odnoszącą się do architektury i urbanistyki) [15] dziedzictwo miasta przemysłowego z XIX i XX wieku, nagromadzone w Łodzi na wyjątkowo dużą skalę, jest ciągle jeszcze dziedzictwem trudnym do zaakceptowania (również poprzez pamięć i konotacje z nim związane), słabo rozpoznany, a przede wszystkim bardzo zaniedbany.

Tworząc wizję Łodzi oparto ją na trzech filarach (ryc. 2), wśród których znalazła się kultura rozumiana jako zwiększenie uczestnictwa mieszkańców w kulturze (wykorzystanie potencjału kulturalnego i kreatywnego Łodzi). Podejście „kreatywne” znalazło również swoje odzwierciedlenie m.in. w hasle „Łódź kreuje” promującym różnorodne działania władz miasta. Strategię Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+ cechuje syntetyczność, a jej uszczegółowienia i rozwinięcia należy szukać w programach operacyjnych i politykach sektorowych.

3.3. Strategia Wrocław 2030

Wrocław jest miastem, którego mieszkańcy musieli po II wojnie światowej na nowo wytworzyć lokalne więzy i tożsamość. Miasto dziedzictwa „obcego”, a jednak zaakceptowanego i „oswojonego”. W kolejnych dokumentach strategicznych miasta tym bardziej daje się odczuć zrozumienie potrzeb różnych tj. wszystkich jego mieszkańców. Tych którzy mieszkają tu od wielu lat, jak również tych, którzy osiedlili się tu niedawno. Dostępność miasta i wysoka jakość życia ma być zapewniona niezależnie od statusu materialnego. Co ważne, Wrocław deklaruje realizację programu dla wszystkich mieszkańców, a w związku z tym zapisane działania zamierza realizować we wszystkich częściach miasta. *Nie dzielimy mieszkańców na beneficjentów zmian i wykluczonych (...) Wrocław ma być miastem przyjaznym i dostępnym – także dla seniorów, osób z niepełnosprawnościami i dzieci* [15, str.9].

Wrocław postawił przed sobą zadania: miasto piękne, miasto mądre, miasto zasobne. *Te trzy wartości to coś więcej. Są mocną i otwierającą wiele możliwości siatką pojęciową*

dojrzałego miasta. Wrocław ma już ponad tysiąc lat udokumentowanej historii i liczy na kolejne tysiąclecia. W swoim myśleniu i działaniu może sięgać po takie wartości, które zarówno szanują przeszłość, jak i nadają się do kształtowania przyszłości. O tym właśnie mówią mądrość, piękno i zasobność. [15, str.19]. Jednocześnie Strategia Wrocławia 2030 jest kontynuacją dotychczasowej polityki miasta spotkań, miasta które jednoczy, miasta które inspiruje. Otwartość i kreatywność miasta ma się wyrażać m.in. poprzez otwartość na pomysły w tym w powiązaniu ze strategiami sektorowymi z zakresu kultury m.in. miejskimi dokumentami: strategią *Kultura – Obecna!* Diagnoza potencjału kulturowego Wrocławia oraz Strategią *Rozwoju Kultury w perspektywie 2020+* a także Strategią *Dialogu Międzykulturowego* [na podst. 15, str. 38].

Dla zarysowanej wizji i misji Wrocławia niezbędne jest prowadzenie działań w sposób zdecentralizowany w różnych obszarach miasta i różnych dziedzinach. Wielowątkowość, wieloaspektowość, w którą wplata się również potencjał dziedzictwa kulturowego. *Bo taki jest Wrocław: wielowątkowy i eklektyczny. Decentralizujemy potencjały miasta. Twórzmy koalicje chętnych na rzecz projektów z różnych dziedzin.* [15, str. 23] (ryc. 3)

3.4. Strategie rozwoju dużych miast Polski

Analiza wybranych przykładów dokumentów strategicznych wskazuje na szereg podobieństw kształtowania polityki rozwojowej. Miasta chcą być konkurencyjne i przyciągać mieszkańców zapewniając im wysoką jakość życia. Wyrażna jest tendencja tworzenia polityk miejskich, które mają na celu sprzyjać powrotom do centów miast (deklarowane tworzenie przestrzeni przyjaznych mieszkańcom). W wizjach rozwoju Łodzi i Wrocławia oraz w obszarach planowanego rozwoju Krakowa powtarza się również bardzo ważne hasło *zrównoważonego rozwoju* w tym rozwoju gospodarczego, innowacyjnego i kreatywnego przy jednoczesnym zapewnieniu ochrony środowiska.

Realizacja wizji zaproponowana została jednak w każdym z analizowanych miast w odmienny sposób, co w znacznym stopniu łączy się z ich odrębnością kulturową, gospodarczą, społeczną, lokalizacyjną i wieloma innymi czynnikami. **Kraków**, odnosi swój rozwój do dziedzictwa historii, aktywności kulturalnych, wskazując jednocześnie na otwartość miasta i włączenie mieszkańców w proces jego rozwoju (hasło przewodnie *tu chcą żyć*). **Łódź** kładzie duży nacisk na rozwój w oparciu o przemysły kreatywne, ale także o potencjał kulturowy (hasło przewodnie polityki miejskiej *Łódź kreuje*). W strategii wskazano także na bardzo ważne z punktu widzenia polityki miejskiej zagadnienie *odkrycia potencjału miasta* oraz budowania nowego wizerunku miasta. Podkreślono także rolę tożsamości i aktywności łodzian we współtworzeniu miasta. **Wrocław** kładzie największy nacisk na wysoką jakość życia w tym m.in. wraz z dążeniem do uzyskania statusu jednej z zielonych stolic Europy. W misji miasta przewijają się hasła miasta mądrego, pięknego i zasobnego, *miasta spotkań które jednoczy i inspiruje*.

W każdym z analizowanych miast dziedzictwo kulturowe określone jest jako istotne dla dalszego rozwoju. W przypadku Krakowa dziedzictwo kulturowe, stało się głównym motywem polityki turystycznej z całą towarzyszącą jej infrastrukturą, dodatkowo duży nacisk położono na wydarzenia i imprezy kulturalne jako oferta kierowana zarówno do turystów jak i mieszkańców. Przypadek Łodzi pokazuje zaprogramowanie i wdrażanie polityki kształtowania pozytywnego wizerunku miasta wykorzystującego materiały dziedzictwa XIX i XX wieku. Jest to strategia mająca na celu zmianę świadomości mieszkańców i „odkrycie” dziedzictwa kultury historycznego centrum miasta, a docelowo skłonienie do rozwoju miasta „do wewnątrz”. W Strategii Wrocławia przejawia się duma miasta dojrzałego o ponad tysiącletniej, udokumentowanej historii, która ma stać się inspiracją dla kolejnych setek lat rozwoju miasta. Jednak dziedzictwo kultury staje się tylko jednym z wielu wątków i zadań miasta, pośród znaczącej liczby innych zadań, „zdecentralizowanych” i równoważnych. Siłą Wrocławia ma stać się bowiem jego różnorodność.

4. KOMERCJALIZACJA HISTORYCZNEJ PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

Ochrona zabytkowego zasobu nie może być celem samym w sobie, powinna stawać się elementem stałego, zrównoważonego rozwoju miast, miasteczek i innych miejsc. Taki scenariusz działania nie podlega obecnie żadnym wątpliwościom, a rozwój miast w oparciu o potencjał dziedzictwa kulturowego zapisywany jest w dokumentach strategicznych, co wykazano przytaczając wybrane ustalenia trzech wybranych dokumentów. Jednak nadmierne i niekontrolowane eksploatowanie dziedzictwa kulturowego może stać się przyczyną licznych zagrożeń zarówno dla dziedzictwa jak i dla całego miasta. Zatem ważne staje się tworzenie zbilansowanych modeli zarządzania i wykorzystywania dziedzictwa, które jednocześnie uwzględnią potrzeby rozwojowe a z drugiej strony ochronę zasobu. *Dziedzictwo (...) musi być traktowane nie tylko jako sacrum, lecz także jako towar; a więc sfera ta znajduje się w strefie działań praw ekonomii, czego nie należy wstydliwie ukrywać. To właśnie w warunkach postępującej globalizacji dziedzictwo staje się w coraz większym stopniu atrakcyjnym zasobem i czynnikiem rozwoju* [11, str.57].

W dokumentach strategicznych miast, a jeszcze bardziej w procesach rynkowych, dziedzictwo kultury staje się często produktem „na sprzedaż”. W procesie tym mamy do czynienia z oferentami i kupującymi. Zachowanie równowagi pomiędzy popytem a ofertą, umiejętność sterowania tymi procesami staje się kluczowym wyzwaniem na rzecz tworzenia właściwego modelu „rynku dziedzictwa kulturowego”. Jedną z metod może być tworzenie produktów i ofert „celowanych” kierowanych do konkretnych odbiorców²⁴. Może to być kluczowe np. dla wyeliminowania „niepożądanych” modeli zachowania turystów z jednej strony, a promowanie „nabywców” uznanych za właściwych w danej przestrzeni.

W niektórych, szczególnie istotnych przestrzeniach miast (ze względu na ochronę najcenniejszego dziedzictwa, lub ze względu na zapewnienie względnego spokoju mieszkańców) można ograniczać turystykę „pośpieszną”, charakterystyczną dla turystów amerykańskich czy japońskich, która jak ją określa Maria Lewicka *nie sprzyja wytworzeniu poczucia miejsca* i dalej, powołując się na Relpha pisze, że turystykę taką charakteryzują *nie przeżycia wynikające z kontaktów z różnymi unikatowymi miejscami, ale raczej kolekcjonowanie tych miejsc (zwłaszcza na zdjęciach)* [10, str.72].

Na podstawie danych publikowanych przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) oraz Światową Radę Podróży i Turystyki Europa jest obecnie największym turystycznym rynkiem świata, a sektor turystyczny stanowi jeden z głównych bodźców europejskiego wzrostu gospodarczego (obok handlu i budownictwa). Jednak równocześnie zaobserwować można w miastach również negatywne skutki działalności turystycznej, wśród których głównymi są: dewastacja środowiska przyrodniczego i antropogenicznego, nadmierna komercjalizacja i zatłoczenie atrakcyjnych obszarów i obiektów, brak poczucia bezpieczeństwa (co obniża atrakcyjność miejsca), pogarszające się warunki życia mieszkańców (uciążliwość turystyczna), pogarszająca się dostępność do podstawowych usług m.in. transportu, noclegów i gastronomii, brud, hałaśliwe nocne życie itd.

Na podstawie analizy sytuacji i rozmów środowiskowych przeprowadzonych w Krakowie można stwierdzić, że ożywiona (szczególnie w sezonie letnim) działalność turystyczna doprowadziła do: 1) zawłaszczenia przestrzeni oraz obiektów na cele zarobkowe, 2) odebrania miasta ich mieszkańcom, zmiany percepcji przestrzeni (miasto przestało być miejscem miasta (miejskim) staje się miejscem odwiedzania, zaliczania, celem turystycznym). *Rozwój turystyki opartej na dziedzictwie stanowi raczej powód do namysłu niż do radości, ponieważ turystyka niesie z sobą więcej zagrożeń niż obietnic. (...) rozwój turystyki zbliża się do punktu kryzysowego. Kryzys ten (...) nie wydaje się uświadomiony, co jest skutkiem zbyt słabego zrozumienia powiązań między powiększającym się popytem a zasobami* [1, str.170]

²⁴ Pisząc o marketingu dziedzictwa kulturowego, Krzysztof Broński wskazuje różne grupy „nabywców dziedzictwa”, którymi mogą być: turyści, badacze dziedzictwa, społeczność lokalna, szeroko rozumiana sfera edukacyjna i środowiska biznesowe [4 str. 239]

Potrzeba poszukiwania różnych możliwości wykorzystania potencjału dziedzictwa w rozwoju miejsc, rozważenia różnych scenariuszy, różnych modeli rozwojowych, w których każdorazowo wykonany będzie prognozowany bilans zysków i strat. W którym ujawnione zostanie ryzyko utraty lub zniekształcenia zasobu dziedzictwa. Za punkt wyjścia oraz za *fundament ekonomii kultury należy uznać rozwój, a nie rynek. Tylko bowiem w ten sposób można uchwycić związek kultury z gospodarką i jej współczesnymi przemianami strukturalnymi, ale też – szerzej – ze zmianą społeczną* [6, str. 7, wstęp].

5. REKOMENDACJE DOTYCZĄCE ZARZĄDZANIA PRZESTRZENIA ZABYTKOWĄ NA RZECZ ROZWOJU MIASTA

W świetle potrzeb rozwojowych miast, które potwierdza ogromny popyt na dziedzictwo kultury, niezwykle ważne staje się rozważone i wyważone zarządzanie posiadanym zasobem. Przyjmując że dziedzictwo jest naszą własnością i wartością wspólną (niezależnie od faktycznej własności fizycznej) oraz że jest to zwykle zasób niepowtarzalny i nieodnawialny (walor autentyzmu), istotna staje się konieczność wypracowania nowego modelu postrzegania i ochrony dziedzictwa kultury, a także zabytkowych przestrzeni oraz obiektów. Dokumenty o charakterze ogólnym, kierunkowym (np. *Rekomendacja UNESCO w sprawie historycznego krajobrazu miejskiego*), jakkolwiek słuszne w swoich założeniach, wydają się być niewystarczające przy działaniach jednostkowych. A nawet w niektórych przypadkach mogą prowadzić do nadinterpretacji, a w konsekwencji do nadmiernej ingerencji w zabytkową substancję, w której bieżące i doraźne potrzeby lokalnych władz staną się ważniejsze niż zachowanie integralności, komplementarności i autentyzmu zabytków (w szczególności zagrożenie to może dotyczyć historycznych krajobrazów miejskich). Przywołana rekomendacja wychodzi z punktu wykorzystywania przestrzeni miast historycznych do zrównoważonego ale też efektywnego rozwoju tych miast. Z założenia *podejście to łączy cele ochrony dziedzictwa miejskiego z celami rozwoju społecznego i gospodarczego. Jest zakorzenione w harmonijnej i zrównoważonej relacji między środowiskiem miejskim i przyrodniczym oraz między potrzebami obecnych i przyszłych pokoleń a spuścizną przeszłości* [12] Pojawia się jednak ryzyko nadmiernej eksploatacji zasobu dziedzictwa kulturowego i przełożenia potrzeb współczesnych użytkowników ponad harmonijne i zrównoważone gospodarowanie zasobem.

Są to wszelkiego rodzaju „fasadowe rewitalizacje”, zwiększony, nielimitowany ruch turystyczny wraz z towarzyszącymi mu przekształceniami krajobrazu, mającymi wprowadzić udogodnienia i przystosowanie do potrzeb turystów, nierozważne sięganie po środki finansowe „zewnątrzne” wraz z podejmowaniem inwestycji nieuzasadnionych ekonomicznie, trudnych i kosztownych w utrzymaniu oraz eksploatacji (uszczerplenie budżetów lokalnych, które mogłyby być wykorzystane racjonalnie i proporcjonalnie do lokalnego zasobu) i wiele innych. Można stwierdzić, że popyt na dziedzictwo kultury dyktuje warunki i określa zasady postępowania, które nie zawsze znajdują swoje racjonalne uzasadnienie, a także mogą bezpośrednio zagrażać samemu dziedzictwu kultury. *Gwarancją skutecznej ochrony dziedzictwa kulturowego miast i regionów historycznych w systemie wolnorynkowym jest więc umiejętne powiązanie dziedzictwa ze sferą gospodarczą. Koniecznością staje się stworzenie nowych ram prawnych i finansowych funkcjonowania obszarów zabytkowych. (...) Nie można dziś mówić o skutecznej ochronie zabytków bez skutecznej strategii zarządzania potencjałem dziedzictwa.* [11, str. 32]

6. PODSUMOWANIE

Mobilność i globalizacja nie musi niszczyć związków człowieka z miejscem zamieszkania ani wpływać na zanikanie jego poczucia lokalności. Identyfikacja z kręgami ponadkulturowymi nie powoduje zerwania więzi z najbliższym otoczeniem, wtedy gdy otoczenie to oferuje możliwość poczucia się częścią wspólnoty. Można rozróżnić dwa rodzaje związku z miejscem: *przywiązanie tradycyjne skorelowane z silnym zakorzeniem*

w miejscu, oraz przywiązanie aktywne, wynikające z „odkrycia” znaczenia miejsca dla siebie [10, str. 311]. Wzmacnianie roli miejsc pamięci, podkreślanie ich historycznej wartości oraz kultywowanie lokalnych tradycji, sprzyja temu aby ludzie napływowi mogli odkryć miasto dla siebie i się z nim identyfikować. Dobitnie pokazuje to Strategia Rozwoju Wrocławia, w której zwrócono uwagę na dużą skalę imigrantów z Europy Wschodniej, przede wszystkim ludności ukraińskiej. W odpowiedzi na potrzeby psychologiczne tej nowej grupy mieszczan wrocławskich, w scenariuszach rozwoju miasta pojawiły się elementy przestrzeni kulturowej wytworzonej przez ludność ukraińską. *Mnóstwo wrocławian to Ukraińcy. Nowym elementem krajobrazu są liczne cerkwie. A nowym przejawem wrocławskiej obyczajowości – prawosławne święta i duże, ukraińskie imprezy kulturalne* [15 str. 61].

Turystyka na terenach historycznych staje się często szansą na poprawę sytuacji gospodarczej miast i spostrzegana jest jako element napędowy rozwoju ekonomicznego. Stanowi również zagrożenie w momencie gdy rozwija się w sposób niekontrolowany, zwłaszcza tereny do tej pory użytkowane przez mieszkańców. *Jeśli dziedzictwo traktować jako zasób wartości, to konsumpcja turystyczna dziedzictwa może oznaczać istotne umniejszenie tego zasobu.* [11, str.32]. Odpowiedzią na to może być równowaga wynikająca z odpowiedniego nasycenia danego terenu różnego rodzaju aktywnościami przeznaczonymi zarówno dla turystów jak i dla mieszkańców. Znaczenie lokalnej wspólnoty w przekazywaniu tożsamości podnoszone jest w wielu publikacjach z dziedziny psychologii, socjologii czy filozofii. *Spółeczności lokalne cechuje zdolność przetrwania, odradzania się, a niekiedy tworzenia na nowo. Ludzie wykorzeni szukają sobie podobnych, gromadząc się na tych samych obszarach metropolitalnych przestrzeni i budując mozaikę swoje nowe miejsca* [7, str. 112]. *Auentyczność stanowiąca o wartości dziedzictwa jest (...) poddawana konfrontacji z globalizacją i makdonaldyzacją przestrzeni kulturowej. Procesy uniformizacji nie tylko zagrażają dziedzictwu, ale i wzmacniają jego wartość i znaczenie, również w wymiarze rynkowym. Lokalność jest wobec globalizacji wartością samą w sobie* [11, str.32].

Tożsamość jest owocem woli – a nie czymś danym przez naturę czy historię [7, str. 111]. Tożsamość miasta określają ludzie tworzący społeczności lokalne, można powiedzieć, że na krajobraz kulturowy miasta składają się dwa czynniki: 1) osoby, pasjonaci danego terenu oraz 2) miejsca magiczne czyli takie, które tworzą symbole przestrzenne. Wspólnotę lokalną tworzą wszystkie osoby zainteresowane danym miejscem, są to jego mieszkańcy ale także ci, którzy w tej okolicy pracują, prowadzą własne przedsiębiorstwa, czy korzystają z obiektów i instytucji usytuowanych w pobliżu. „Pasjonaci danego obszaru”, to osoby dla których ta część miasta ma znaczenie szczególne, to ci, którzy chcą uczestniczyć w rozwoju miejsca i którzy się z nim utożsamiają. *Nie ma osób bardziej cenniejszych niż pasjonaci, którzy dosłownie mają świra na punkcie miejsca, w którym żyją i którzy rozumieją, co ono znaczy dla wspólnoty. Oczywiście tak wartościowa osoba jest związana z innymi osobami i myślę, że w ten sposób najszybciej rodzi się dialog*” [8, str. 45].

Drugi czynnik, to symbole, ikony, monumenty, które kreują w przestrzeni konotacje znaczeń tworząc miejsca. Ważne jest aby zdając sobie sprawę z powyższego zainwestować w „planowanie kulturalne” wspomagające lokalne władze w podkreślanie i identyfikowaniu zasobów kulturalnych miasta, proponując strategiczne możliwości jego wykorzystania w obszarach takich jak: planowanie, kształtowanie wyglądu zabudowy miejskiej, turystyce, rozwoju przemysłowego, handlu detalicznego, marketingu, rozwoju społecznego, szkolnictwa i kształcenia specjalistycznego. Franco Bianchini określając pojęcie „planowania kulturalnego” odwołał się do tradycji z USA i Australii pisząc, że *opiera się ono na ogólnej antropologicznej definicji „kultury” jako „sposobu życia” integrując sztukę z innymi aspektami kultury lokalnej. W polu jej działania znajdują się zarówno sztuka, jak i rzemiosła, moda, a także sport, rekreacja, architektura i zabudowa miejska, spuścizna kulturowa, turystyka, wyżywienie i rozrywka, lokalna tradycja, cechy charakterystyczne dla danej społeczności, jej tożsamość i zewnętrzny wizerunek.* [3, str. 33]. Wydaje się, że taki mo-

del działania, uzupełniony o rzetelnie przeprowadzoną diagnozę miasta powinien być punktem wyjścia w formułowaniu Strategii Zrównoważonego Rozwoju polskich miast.

(...) — *Póki dorożka dorożką,
a koń koniem, dyszel dyszłem,
póki woda płynie w Wiśle,
jak tutaj wszyscy jesteście,
zawsze będzie w każdym mieście,
zawsze będzie choćby jedna,
choćby nie wiem jaka biedna:*

ZACZAROWANA DOROŻKA
ZACZAROWANY DOROŻKARZ
ZACZAROWANY KOŃ. (1946)

BIBLIOGRAPHY

- [1] Ashworth, Dziedzictwo a turystyka: zarządzanie kryzysem zasobów, w: *Dziedzictwo a turystyka*, Kraków, Międzynarodowe Centrum Kultury, 1999, ISBN 83-85739-67-X, str. 167 – 179
- [2] Ashworth G., Planowanie dziedzictwa, Kraków, Międzynarodowe Centrum Kultury, 2013, ISBN 978-83-63463-34-2
- [3] Bianchini F., Dziedzictwo kulturowe a strategia planowania miejskiego, w: *Dziedzictwo a turystyka*, Kraków, Międzynarodowe Centrum Kultury, 1999, ISBN 83-85739-67-X, str. 23-37
- [4] Broński K., Marketing dziedzictwa kulturowego, w: *Kultura a rozwój*, wydanie drugie, Kraków, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, 2017, ISBN 978-83-63391-37-9, str. 229 – 250.
- [5] Gałczyński K.I., *Zaczarowana dorożka*, w: *A wariat to lepszy gość*, oficjalna witryna Konstantego Ildefonsa Gałczyńskiego, <http://www.kigalczynski.pl/wiersze/zaczador.html>, dostęp/access 2017-12-16
- [6] Hausner J., Karwińska A., Purchla J., wstęp, w: *Kultura a rozwój*, wydanie drugie, Kraków, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, 2017, ISBN 978-83-63391-37-9, str. 7 – 11
- [7] Jałowiecki B., Globalizacja, lokalność, tożsamość, w: *Kręgi integracji i rodzaje tożsamości. Polska Europa Świat*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2007, ISBN 83-7383-141-X, str. 111-119
- [8] Kent F., *Jak przetworzyć miejsce. Podręcznik kreowania udanych przestrzeni publicznych*. Kraków, Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, 2005
- [9] Kundera M., *Nieznosna lekkość bytu*, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1996
- [10] Lewicka M., *Psychologia miejsca*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2012, ISBN 978-83-7383-476-7
- [11] Purchla J., *Dziedzictwo a transformacja*, Kraków, Międzynarodowe Centrum Kultury, 2005, ISBN 83-89273-20-9
- [12] *Rekomendacja w sprawie historycznego krajobrazu miejskiego* uchwalona przez Zgromadzenie Generalne UNESCO 10 Listopada 2011, Paryż
- [13] *Strategia Przestrzennego Rozwoju Łodzi 2020+*, UCHWAŁA NR LV/1146/13 RADY MIEJSKIEJ W ŁODZI z dnia 16 stycznia 2013 r., <http://uml.lodz.pl/dla-mieszkancow/o-miescie/strategia-lodzi-i-planowanie/polityki-sektorowe/>, dostęp/access 2018-02-03
- [14] *Strategia Rozwoju Krakowa. Tu chcę żyć. Kraków 2030*, UCHWAŁA NR XCIV/2449/18 RADY MIASTA KRAKOWA z dnia 7 lutego 2018 r., https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=94892 oraz https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=167&sub_dok_id=167&sub=uchwala&query=id%3D23155%26typ%3Du, dostęp/access 2018-05-01
- [15] *Strategia Wrocław 2030*, <https://www.wroclaw.pl/rozmawia/strategia-wroclaw-2030>, dostęp/access 2018-02-03
- [16] *Strategia Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+*, UCHWAŁA NR XLIII/824/12 RADY MIEJSKIEJ W ŁODZI z dnia 25 czerwca 2012 r., <http://uml.lodz.pl/dla-mieszkancow/o-miescie/strategia-lodzi-i-planowanie/strategia-zintegrowanego-rozwoju-lodzi-2020/>, dostęp/access 2018-02-03

- [17] Sztompka P., *Zaufanie fundamentem społeczeństwa*, Kraków, Wydawnictwo ZNAK, 2007, ISBN 978-83-240-0850-6
- [18] Tomaszewski A., *Ku nowej filozofii dziedzictwa*, Kraków, Międzynarodowe Centrum Kultury, 2012, ISBN 978-83-63463-03-8
- [19] Tuan Y-F., *Przestrzeń i miejsce*, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1987, ISBN 83-06-01466-9
- [20] *Ustawa z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami*, Dz.U. 2003 Nr 162 poz. 1568 z późn. zm.
- [21] *Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju*, Dz. U. z 2017 r. poz. 1376, 1475
- [22] Wilkinson I., *Anxiety in Risk Society*, London, Routledge, 2001.
- [23] Z danych: GUS, Ludność. Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym. Stan w dniu 31 grudnia 2017 roku, dostęp 2018-05-30

O AUTORZE

Maria Dankowska – architekt i urbanista. Praca: Instytut Architektury i Urbanistyki Politechniki Łódzkiej oraz Miejska Pracownia Urbanistyczna w Łodzi. Autor i współautor kilkunastu publikacji z zakresu ochrony dziedzictwa kulturowego, planowania przestrzennego oraz krajobrazu kulturowego, współautor projektów i inwentaryzacji architektonicznych (w tym obiektów zabytkowych), opracowań eksperckich z zakresu ochrony zabytków i krajobrazu historycznego oraz dokumentów i opracowań urbanistycznych. Członek zespołów eksperckich ds. zadań z zakresu rewitalizacji przy Urzędzie Miasta Łodzi. Prezes Towarzystwa Urbanistów Polskich oddział w Łodzi, członek Stowarzyszenia Architektów Polskich – członek zespołu ZG SARP ds. dziedzictwa historycznego, członek PKN ICOMOS.

Katarzyna Zaborska – psycholog i architekt. Praca: Polski Instytut Ericksonowski w Łodzi. Autor publikacji dotyczących psychologii środowiskowej, stosunków sąsiedzkich, tworzenia wspólnot lokalnych, projektowania wspierającego bezpieczeństwo oraz skutków społecznych i urbanistycznych fenomenu rozrastających się osiedli zamkniętych w większych miastach Polski.

AUTHOR'S NOTE

Maria Dankowska – the architect and the urban planner. Work: Institute of Architecture and Urban Planning, Technical University of Lodz and Municipal Urban Planning Office in Lodz. The author and the co-author of several dozen publications from the extent of protection of the cultural heritage legacy, urban planning and of cultural landscape, co-author of projects and architectural stocktaking (in it of historic buildings), expert of studies from the scope of the conservation of both the historical landscape and urban planning documents. Member of the teams expert for assignments on the scope of the revitalization by the Town Office of Lodz. Chairman of the Association of Polish Urban Planners branch in Lodz, member of the Association of Polish Architects (member of the Team of Historical Heritage Protection ZG SARP), PKN ICOMOS member (Polish National Committee of International Council on Monuments and Sites).

Katarzyna Zaborska - the psychologist and the architect. Work: Polish Erickson Institute in Lodz. Author of the publications concerning environmental psychology, neighborly relationships, creating of local community, the design supporting the safety and social and urban planning effects the phenomenon of expanding housing estates shut in major cities of Poland.

Kontakt | Contact: maria.dankowska@p.lodz.pl; inspiracja@gmail.com